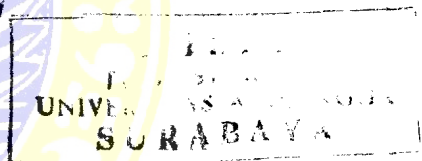


MENJARING WISATAWAN MANCANEGARA DENGAN PAKET *INBOUND*

(TINJAUAN TENTANG ASPEK SALES PROMOTION PAKET
INBOUND DI BIRO PERJALANAN UMUM SEMESTA
TOUR AND TRAVEL CABANG SURABAYA)

KK
Fis. Pus. 53/99
gls
m

TUGAS AKHIR



OLEH :

MUADDIBUL IHSAN

NIM : 079610175-S

PROGRAM STUDI DIPLOMA III PARIWISATA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS AIRLANGGA
S U R A B A Y A

Semester Genap Tahun 1999 / 2000

MENJARING WISATAWAN MANCANEGARA DENGAN PAKET *INBOUND*

**(TINJAUAN TENTANG ASPEK SALES PROMOTION PAKET
INBOUND DI BIRO PERJALANAN UMUM SEMESTA
TOUR AND TRAVEL CABANG SURABAYA)**

TUGAS AKHIR

**Diajukan Guna Melengkapi Tugas–Tugas Dan
Memenuhi Salah Satu Syarat Dalam Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**



OLEH :

MUADDIBUL IHSAN

NIM : 079610175–S

**PROGRAM STUDI DIPLOMA III PARIWISATA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS AIRLANGGA
S U R A B A Y A**

Semester Genap Tahun 1999 / 2000

Setuju Untuk Diujikan
Surabaya, 25 Juni 1999
Dosen Pembimbing



Sri Endah Nurhidayati, S.Sos
Nip : 132 208 715

Tugas Akhir ini telah dipertahankan dihadapan panitia penguji pada tanggal 09 Juli 1999.

Panitia Penguji terdiri dari :



ABSTRAK

BPU Semesta Tour and Travel adalah merupakan sebuah biro perjalanan umum yang bergerak dibidang pelayanan pariwisata khususnya paket Inbound. Sedangkan BPU. Semesta Tour cabang Surabaya adalah salah satu kantor cabang yang berfungsi sebagai kantor pelayanan di...
 mancam memasarkan sebuah paket wisata ke mancanegara sebuah biro perjalanan dituntut berupaya keras dalam memasarkan produk-produknya, tak terkecuali BPU Semesta Tour. Adapun permasalahan penelitian adalah bagaimana strategi pemasaran khususnya berkaitan dengan sales promotion di dalam menjual sebuah paket inbound. dan apakah strategi yang dijalankan tersebut terbukti sangat efektif dalam menjaring wisatawan mancanegara bagi perusahaan biro perjalanan. Kerangka pemikiran yang dapat dipakai diambil dari pemikiran Philip Kotler bahwasanya produk pemasaran adalah *satisfying* konsumen dalam arti bahwa konsumen perlu mendapat penekanan dan bahwa pemasaran adalah bertujuan memenuhi *want* (apa yang diinginkan oleh konsumen tersebut). (Soekartawi, 1993:36)

Dalam memasarkan paket inbound ke mancanegara, BPU Semesta Tour menyerahkan masalah promosi pada anak perusahaannya yakni PT. Quarta Tours disamping menggunakan saluran-saluran yang lain seperti promosi lewat yellow-pages (telephone direction), personal selling, pengiklanan lewat majalah pariwisata luar negeri, ataupun dengan cara mengadakan kontrak kerja dengan agent-agent mancanegara dalam mendatangkan wisman.

Lokasi penelitian dilakukan di Biro Perjalanan Umum Semesta tour cabang Surabaya yang beralamatkan di jalan Ngemplak No.36 Ambengan Plaza Surabaya.

Peran sales promotion bagi perusahaan diatas dapat dikatakan sebagai ujung tombak dalam meraih sebuah pangsa pasar yang luas, dimana dengan sales promotion memudahkan suatu perusahaan dapat meningkatkan pertumbuhan perusahaannya. akan tetapi betapapun kegiatan *sales promotion* diatur dan ditata secara baik tanpa ditunjang sebuah kondisi dalam negeri yang kondusif, *sales promotion* tersebut tidak akan berjalan dengan efektif.